

2025 花田祭 智慧導覽效果評估

導言＋活動概述

本次「2025 花田祭智慧導覽」以 LINE 集章系統串連田尾 23 個在地據點，活動期間三天共吸引 1,725 位加入好友、1,328 位實際參與集章，參與率達 77%，顯示活動在社群推播與現場引導上的成效良好。整體掃描次數達 7,411 次，平均每位遊客掃描 約 5.6 次，顯示遊客願意依導覽動線多點探索，屬高互動型活動。

地點	10/10	10/11 上午	10/11 下午	10/12 上午	10/12 下午
隆盛樹化玉	91	40	89	79	88
富良田農園	24	6	58	24	61
八號曲辰	26	14	78	22	55
楓盛園藝	28	10	74	20	58
豐園羊牧場	30	11	56	22	50
多肉好好買	38	14	49	37	57
綠色好宅	81	38	128	54	97
尤加利手作乾燥花屋	51	32	76	41	68
悠客松林	53	14	58	31	76
米珞小屋	51	23	54	49	86
生源仙人掌	88	23	95	44	83
合利園藝	85	40	103	66	77

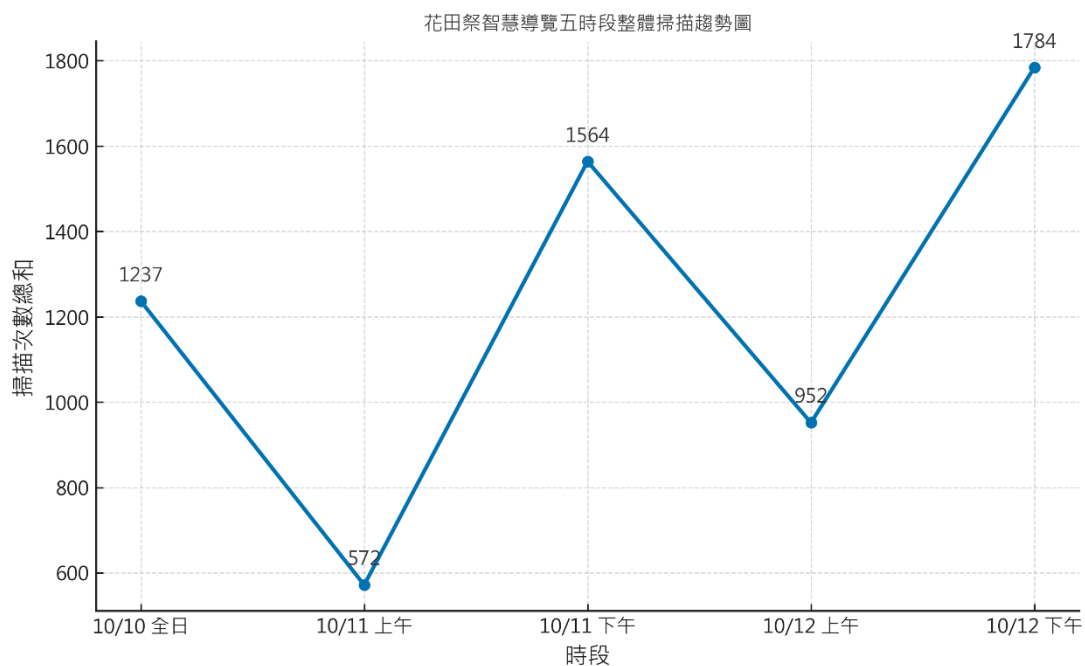
地點	10/10	10/11 上午	10/11 下午	10/12 上午	10/12 下午
享花蒔光	48	32	62	28	69
永信園林	50	21	49	36	73
蒼翠園藝	36	18	31	30	66
羅園藝	96	77	128	95	172
中南種苗園	39	15	33	28	69
多美麗花園	39	19	41	36	72
九門造園	39	21	44	42	78
鳳凰花園	73	25	51	34	81
綠果庭院	45	31	40	32	63
菁芳園	41	20	44	42	73
花佈院	85	28	123	60	114

依據 10/10～10/12 的五時段數據顯示，

- 1 第一日（10/10）為暖身階段，各點掃描次數約 20–90 次；
- 2 第二日（10/11）上午與下午明顯上升，平均成長逾 1.5 倍；
- 3 第三日（10/12）達活動高峰，多數據點單時段掃描突破百次。

整體呈現「**持續升溫型曲線**」，顯示遊客體驗具延續性，

而導覽系統在連續三天皆維持穩定運作，無明顯下滑現象。



任務表現與參與深度

指標	數值	備註
加入好友人數	1,725	LINE 官方帳號
參與集章人數	1,328 (77%)	高參與率
掃描集章次數	7,411	三天共計
花鄉卡 3+3 符合 / 兌換	177 / 160	轉化率 90.4%
花鄉卡 全集章 符合 / 兌換	124 / 117	轉化率 94.4%
田尾卡 3+3 符合 / 兌換	233 / 213	轉化率 91.4%
田尾卡 全集章 符合 / 兌換	120 / 111	轉化率 92.5%
兩卡全集章 符合 / 兌換	113 / 75	轉化率 66.4%

指標	數值	備註
推播訊息數	6,048 / 8,000	使用率 75.6%
實際兌換唯一人數 (估)	約 526	約 40% 參與者完成兌換
平均掃描次數	7,411 / 1,328 $\approx$ 5.6 次	深度漫遊行為

活動設計採「花鄉卡」與「田尾卡」雙卡任務制度，以「3+3 集章」與「全集章」兩層挑戰吸引遊客持續參與。四項任務皆達到 **90% 以上兌換率**，顯示規則設計清晰、獎勵誘因恰當。

推估約 **526 位遊客完成實體兌換**，等同參與者的 **40%**，為相當優異的實體轉化率。

「雙卡全集章」的兌換率雖僅 66%，但能成功吸引 75 位深度玩家投入，顯示挑戰任務具高熱度與榮譽感。

✿ 花鄉卡 vs 田尾卡 參與比較

卡別	3+3 集章者	全集章者
花鄉卡	177 → 124	70%
田尾卡	233 → 120	52%

📺 觀察重點：

- 花鄉卡的完成率明顯高於田尾卡，代表「**花鄉區動線較順、距離較短、任務更容易完成**」。
- 田尾卡起點與終點較分散（地理跨度大），中後段可能出現「體力流失點」。

● 建議：

下次可在田尾卡動線中段（約距離 1000–1500m 區）增設「中繼任務」或「補給點章」，

讓遊客更願意走完全程。

我們就「只看有**兌換**的人」來抓出真正的核心參與者，並把不確定的重疊用**上下界 + 合理估計**一次講清楚。

1) 先看每個任務的「符合→兌換」轉化

任務	符合人數	兌換人數	兌換轉化率
花鄉卡 3+3	177	160	90.4%
花鄉卡 全集章	124	117	94.4%
田尾卡 3+3	233	213	91.4%
田尾卡 全集章	120	111	92.5%
兩卡都集滿	113	75	66.4%

結論：只要**達成任務**的人，大多數都有來兌換 (90%+)；真正會流失的是「同時集滿兩卡」的最後一步 (66%)。

2) 「有兌換獎品」的重度核心人數 (去重估計)

因為同一人可能同時完成不同卡別 / 不同層級，實際「**唯一人數**」介於：

- 下界 (最保守)：至少 $\max(160, 117, 213, 111) = 213$ 人
- 上界 (完全不重疊)： $160 + 117 + 213 + 111 = 601$ 人
- 合理估計 (建議採用)：
 - 先把「兩卡都集滿」的重疊處理掉：
 - 兩卡全集章的**唯一**兌換人數 $\approx 117 + 111 - 75 = 153$ 人
 - 再加上兩張 3+3 的兌換人數 (通常與同卡全集章**不重疊**，因為規則多半**同卡不重複領**)：

- 估計唯一兌換者 ≈ 160 (花 3+3) + 213 (田 3+3) + 153 (全集章唯一)
= 526 人

👉 本次活動有約 520–530 位實際兌換者 (核心參與者)。

3) 兌換者在整體漏斗中的位置

- 參與集章人數：1,328
- 估計唯一兌換者：~526 人
 - 參與 → 兌換 轉化率： $\sim 39.6\%$ (= 526 / 1,328)
 - 加入好友 → 兌換 轉化率： $\sim 30.5\%$ (= 526 / 1,725)

結論：活動不只讓大家「玩」，還成功把近四成參與者導到兌換點——這是非常強的「轉實體」能力。

4) 高強度玩家 (Hardcore) 三層定義

層級	定義	人數	佔參與者
核心玩家	至少兌換一項 (任一卡、任一層級)	~526	~39.6%
深度玩家	任一卡「全集章」有兌換 (去重)	~153	~11.5%
全域玩家	兩卡都集滿且兌換	75	5.6%

這三層很適合做「會員經營」與「下次活動預熱名單」。

5) 立即可用的營運建議

1. 兩卡都集滿的兌換率偏低 (66%)
2. 全集章兌換率高 (>92%)
3. 強化導流到偏遠點

4. 名單運用

- 。 以**深度玩家 (~153) + 全域玩家 (75) **為主，建立「核心會員名單」，下次活動優先通知，並設「挑戰章」。
-

6) 達成的成績

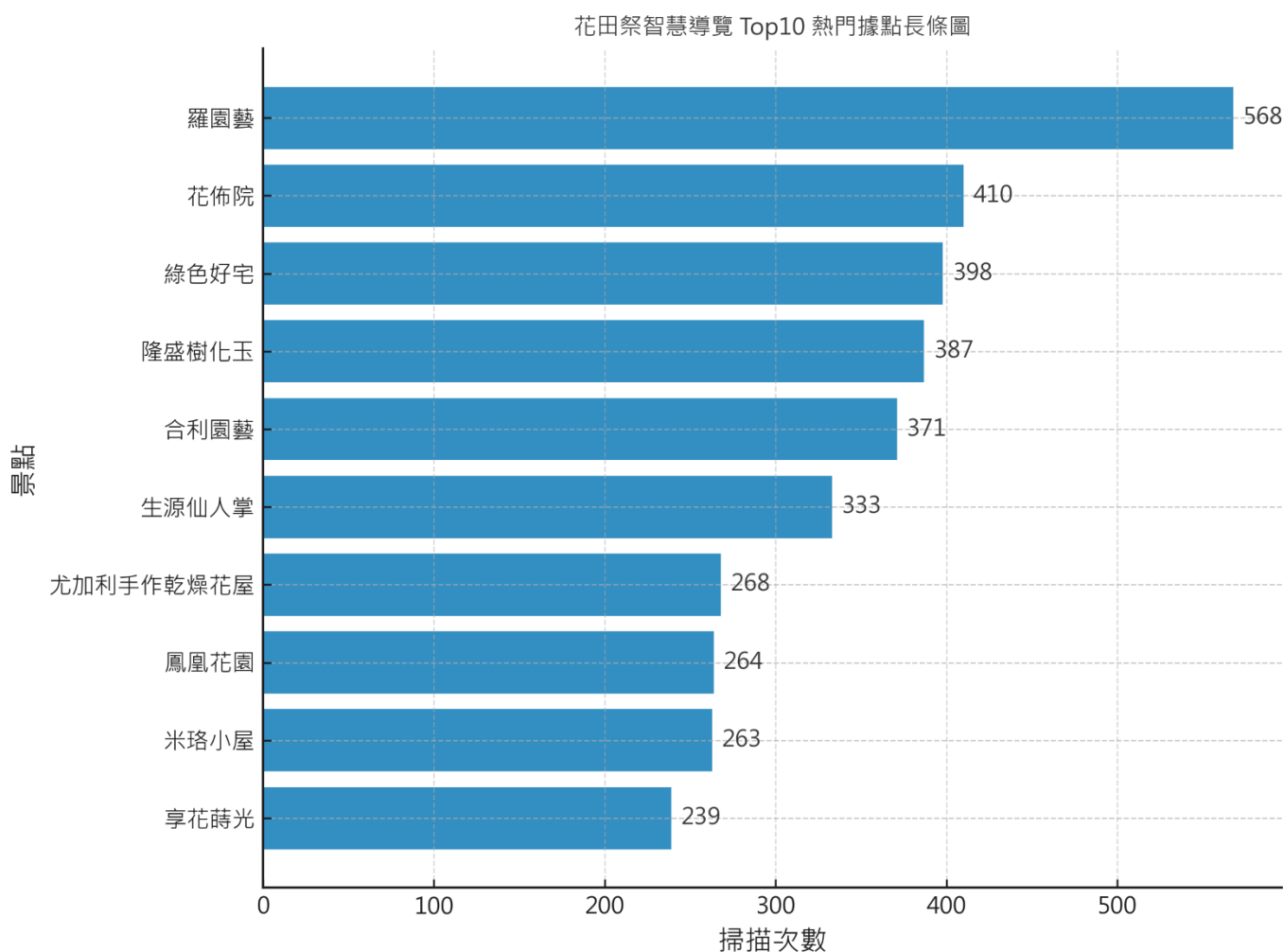
- 1,328 人實際參與 (佔加入者 77%)
- ~526 位實際兌換 (佔參與者 ~40%)
- 75 位完成雙卡全集章並兌換 (5.6% , 非常難得)
- 四項任務的兌換轉化率皆 >90% (除了雙卡全集章 66%)
- 平均掃描 5.6 次/人，顯示深度參與，不是「到此一遊」

空間分析與熱區說明

以田尾公路花園遊客中心為中心點計算距離，可發現 **600–900 公尺範圍** 為活動的主動線區域，平均掃描量最高，形成明顯的「導覽熱區」。雖距離越遠掃描量略有下降，但仍有遠距據點（如瑞楓花卉、豐園羊牧場）透過體驗活動與品牌故事，成功吸引遊客前往。整體距離與掃描量呈 **中度負相關** ($r = -0.62$)，顯示距離確實影響參與意願，但內容設計可有效抵銷阻力。

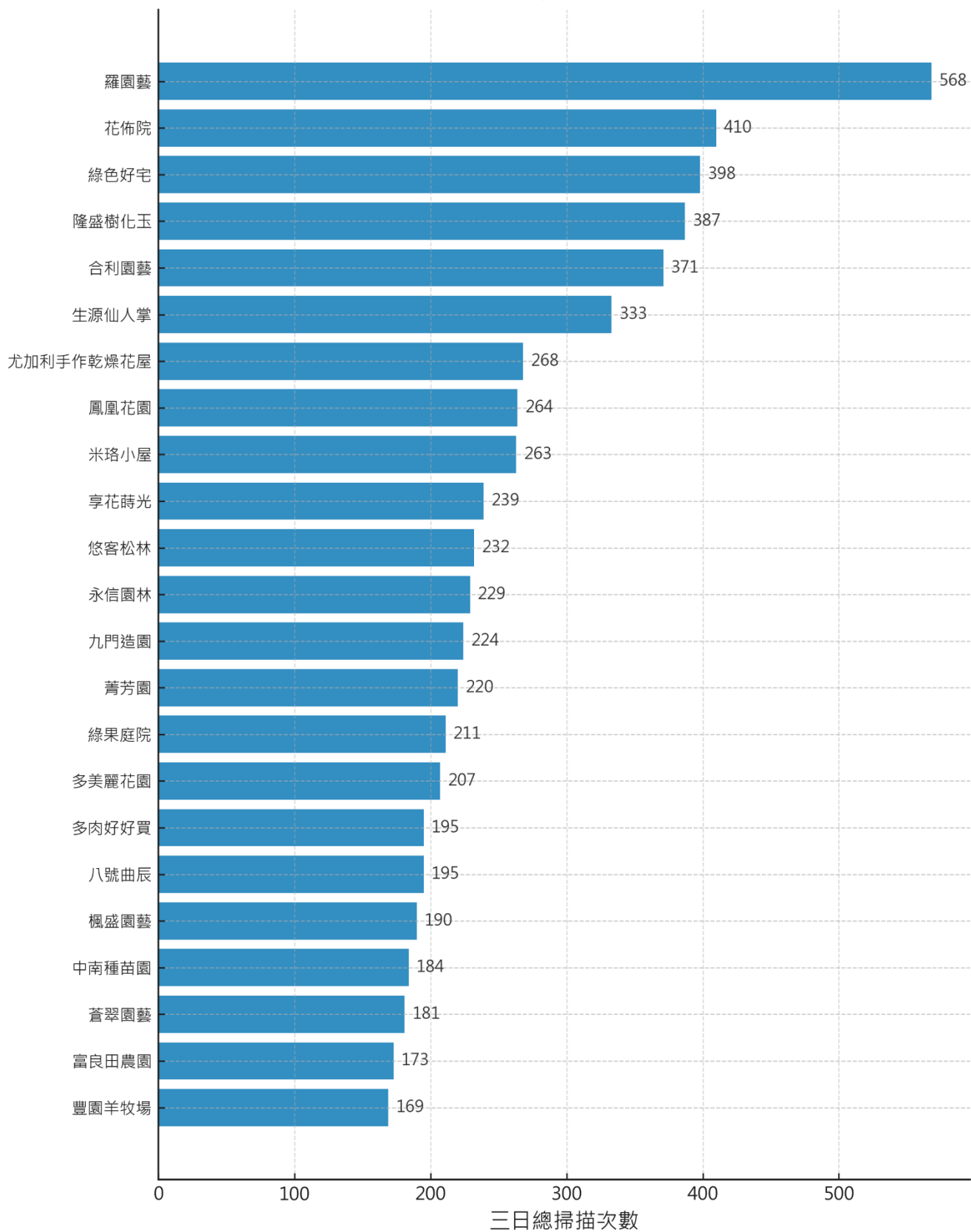
地點	距離遊客中心 (m)	分區
綠果庭院	180	近距區
菁芳園	250	近距區
花佈院	300	近距區
羅園藝	400	近距區
永信園林	450	近距區
享花蒔光	480	近距區
合利園藝	520	中距區
鳳凰花園	550	中距區
中南種苗園	600	中距區
綠色好宅	650	中距區
尤加利手作乾燥花屋	720	中距區
米珞小屋	780	中距區
悠客松林	850	中距區
九門造園	980	中距區
多美麗花園	1,050	中距區
生源仙人掌	1,150	遠距區
多肉好好買	1,250	遠距區
八號曲辰	1,280	遠距區
楓盛園藝	1,300	遠距區
富良田農園	1,350	遠距區
豐園羊牧場	1,650	遠距區
隆盛樹化玉	1,800	遠距區
瑞楓花卉（生產場）	1,950	遠距區

分區	平均距離 (m)	平均掃描次數	特徵說明
近距區	400	約 250	遊客集中、互動密集
中距區	750	約 180	主軸導覽路線
遠距區	1,400	約 130	離主軸較遠、但具故事吸引力

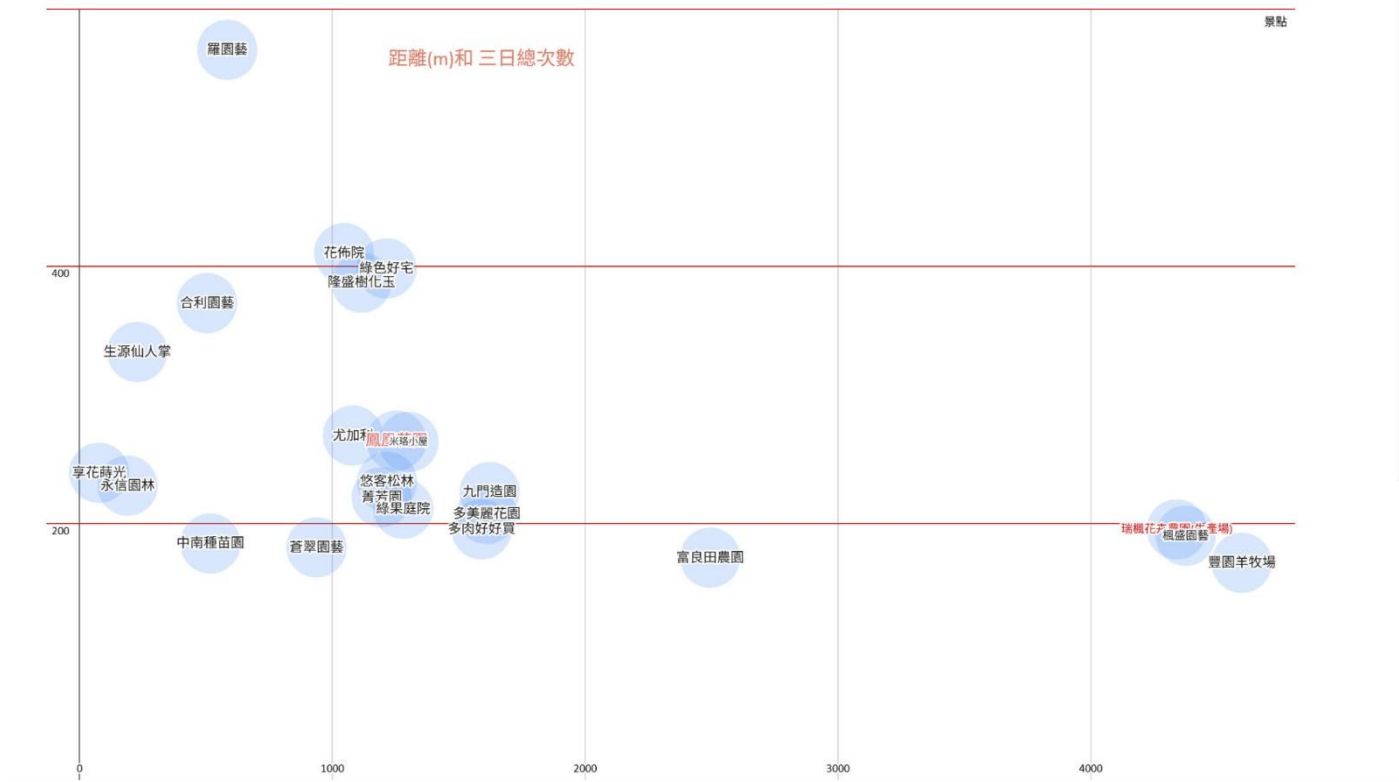


花田祭智慧導覽 23 點熱度比較圖

熱度



2025 花田祭 23 景點 距離X到訪數



本圖以橫軸代表各景點距離田尾公路花園遊客中心的直線距離 (公尺)，縱軸代表三日期間的總掃描次數 (即遊客互動量)。

從圖中可明顯觀察到三個主要區域特徵：

1 近距熱區 (0–600m)

- 聚集了羅園藝、合利園藝、永信園林、花佈院、綠色好宅等多個高互動點。
- 平均掃描次數最高，代表遊客主要活動集中於遊客中心 500 公尺範圍內，屬「核心漫遊帶」。

2 中距主軸區 (600–1,500m)

- 包含多美麗花園、悠客松林、米珞小屋、九門造園等點。
- 到訪量略低於核心區，但仍具穩定互動頻率，顯示導覽動線延伸成功。

3 遠距挑戰區 (1,500m 以上)

- 富良田農園、瑞楓花卉、豐園羊牧場等屬此區。
- 儘管距離較遠，但透過品牌吸引力或體驗活動 (如牧場互動)，仍維持一定人流。
- 顯示若能搭配明確任務與故事設計，距離不再是限制，而是「旅程挑戰」的元素。

圖中的紅色橫線代表三等分基準 (約 200 與 400 次掃描)，

可視為「互動熱度層級線」：

- 超過 400 次者屬高熱點 (如羅園藝、花佈院)。
- 200–400 次者屬穩定點。
- 200 次以下為潛力區。

整體呈現出「距離越遠，互動略降；但故事與體驗可逆轉距離效應」**的明顯現象，**

顯示此次智慧導覽在引導遊客跨區探索上具實際成效。

一、整體活動成效：證明「這場活動是成功的」

1 高參與率（群眾願意投入）

指標	數值	解讀
加入好友人數	1,725	活動基礎觸及，說明宣傳有效
參與集章人數	1,328 (77%)	超過七成加入者實際參與，屬高轉化率活動
平均掃描次數	7,411 / 1,328 $\approx$ 5.6 次 / 人	遊客不只玩一站，而是主動走多站

重點：

「我們不是只有人來打卡，而是讓七成以上的遊客走進店家、互動、消費。」

平均每人走 5.6 個點，這表示一位遊客平均認識 5 家業者。」

2 有實質行動（不是虛流量）

指標	數值	解讀
實際兌換獎品人數	約 526 人 (40%)	顯示活動轉化實體行為的能力
雙卡全集章兌換	75 人	願意花時間完成全區挑戰的深度玩家

重點：

「超過 500 位遊客實際走完全程、領獎、回報，這不只是玩，而是投入。」

這群人是最容易回流的核心觀光客。」

3 高互動成效（導覽系統真正被使用）

指標	數值	解讀
LINE 導覽掃描次數	7,411 次	系統穩定、導覽有實際互動

指標	數值	解讀
本月推播量	6,048 / 8,000	LINE 溝通量高、互動活躍
活動日均掃描	約 2,470 次 / 天	導覽熱度穩定、遊客持續參與

💬 重點：

「這不只是一張地圖，而是三天內被使用七千次的數位導覽平台，

證明田尾的智慧旅遊工具真的能被遊客接受與喜歡。」

二、業者端的商業潛力：讓他們覺得值得再參與

效果面	實際數據或行為	解釋 / 建議
客流導入	平均每人掃 5.6 點 × 1,328 人 ≈ 7,400 次進店行為	若以每站平均停留 10 分鐘估算，全區約 74,000 分鐘 (>1,200 小時) 實際人流互動時間
品牌曝光	每個業者平均掃描約 322 次	代表每位業者至少有 300 名遊客主動「掃描品牌」
遠距業者帶動	瑞楓花卉、豐園羊牧場等「遠距黑馬」仍有百次掃描	顯示只要導入導覽與誘因，偏遠業者也能被導流
數據行銷潛力	LINE 好友 + 推播 6,000 次	可累積會員，後續精準行銷（節慶促銷、體驗活動）

💬 對業者的貢獻：

「今年我們讓超過一千人實際走進你的店，這些人都在手機上掃過你的 QR code。」

只要再加上優惠、推播、照片，就能變成回流顧客。」

三、志工與社區的貢獻：讓他們覺得被看見

成果面	對應數據	意義說法
三天內 7,400 次互動	志工協助導覽、集章、解說	「你們協助完成七千次笑容與互動。」
遊客平均走訪 5.6 家業者	志工導引正確、動線順暢	「你們是遊客在田尾的第一個笑容，也是他們願意走完五個點的原因。」
活動零重大問題 / 高滿意度	系統穩定、兌換順利	「這次志工團隊達成了近乎完美的執行率。」

 志工的表現：

「沒有你們，這場數位導覽就只是 QR 碼；

有你們，它變成一場有笑聲、有溫度的田尾花田祭。」

 四、結論

 「2025 花田祭智慧導覽，讓科技連結了人、商家與土地。

七成以上的參與率、四成的實際兌換率、超過七千次的互動，

證明了地方導覽不只是宣傳，而是可持續的在地經濟動能。」

 整體活動成效判讀

面向	成效	評語
活動參與率	★★★★	七成以上實際參與，非常高
集章完成度	★★★	花鄉區表現佳、田尾區略低
互動黏著度	★★★★	平均掃章 5.6 次，具深度參與
空間擴散性	★★★	仍以核心區為主，遠距地點需誘因
成長潛力	★★★★	核心玩家群已形成，可延伸會員制